Oser se faire remarquer

Dans le climat actuel, se fondre dans le paysage semble rassurant. Il n'empêche : les entreprises ont aussi besoin de trublions qui bousculent les vieux modèles.

Plutôt gonflé, ce candidat qui postulait à la direction commerciale d'un groupe industriel ! Lorsque le PDG qui le recevait lui a lancé : «Vous avez meilleure mine que sur la photo de votre CV», il a répondu du tac au tac, en sortant de sa sacoche un cliché de son interlocuteur pris lors d'un séminaire : «Eh bien moi, lorsque je vous vois tout sourire, encadré par deux jolies hôtesses, cela me rassure sur la santé de la maison !» Une repartie qui a eu l'heur de plaire : l'impertinent a décroché le job.

Jouer le décalage. «Les entretiens de recrutement constituent de bonnes occasions de faire preuve d'audace», observe Estelle Strappazon, fondatrice du cabinet de recrutement Elyte. Comme on n'a rien à perdre, autant marquer les esprits. Le hic, c'est qu'une fois embauchés, les cadres qui sortaient du rang ont tendance à vite y rentrer. Surtout s'ils craignent pour leur avenir. Et le calcul n'est pas forcément judicieux : la crise offre en effet une fenêtre de tir à ceux qui osent le décalage. «Les dirigeants ont besoin d'innover, rappelle Jean-Louis Muller, directeur associé à la Cegos. Pour y arriver, ils réclament des managers capables de briser la routine.» Vous ne vous sentez pas l'âme d'un fou du roi ? Avec un peu de méthode, vous serez surpris de votre capacité à bousculer l'ordre établi.

Premier conseil : ne surjouez pas, restez authentique. Pour aider les managers à retrouver une certaine sincérité, le coach Arnaud Riou leur demande de lister toutes les fois où ils ont dit oui quand ils pensaient non. Un indice ne trompe pas : «Si vous éprouvez une crispation au niveau du plexus solaire, c'est que vous êtes en désaccord avec la décision», affirme-t-il.

Ensuite, interrogez-vous sur les raisons qui vous ont empêché de contredire votre interlocuteur. La peur d'être (mal) jugé se trouve souvent à l'origine de ces petites lâchetés du quotiden. Or un manager qui ne prend jamais position perd la considération de ses collaborateurs. Et peut-être aussi celle de ses supérieurs : lorsqu'on est sûr de son fait, tenir bon se révèle en effet souvent payant. «Je me souviens d'un cadre qui, malgré la pression de sa hiérarchie, affolée à la perspective de perdre un contrat, a refusé de baisser ses tarifs, raconte Arnaud Riou. Il était certain de coller aux prix du marché. Finalement, c'est lui qui a remporté l'appel d'offres. Et son patron l'a félicité d'avoir tenu le cap.»

Désacraliser le chef. Car personne n'est infaillible. Or c'est souvent parce que les salariés sont persuadés que leur supérieur a raison qu'ils renoncent au dialogue. «En général, les gens n'osent pas donner leur avis parce qu'ils placent leur patron sur un piédestal», explique la coach Nelly Michelin. Le meilleur moyen de désacraliser votre chef ? Focalisez-vous sur l'homme, avec ses qualités et ses failles. Puis amusez-vous à imaginer les ordres que vous lui donneriez si vous étiez son supérieur. «C'est un jeu intellectuel très stimulant», assure Mathieu Griffoul, directeur au cabinet de conseil Weave.

Enfin, répétez-vous tous les matins cette devise de Benjamin Franklin : «Il y a bien des manières de ne pas réussir, mais la plus sûre est de ne jamais prendre de risque.» Pour vous en convaincre, rappelez-vous toutes les fois où votre audace s'est révélée payante, dans un contexte professionnel ou privé. Grégoire Sentilhes, le président fondateur de la société de capital-développement NextStage, n'a jamais oublié son premier coup de poker. A 23 ans, il avait négocié l'achat d'un quart de page dans «Le Monde» et publié sa propre annonce de recherche d'emploi, titrée «Je ne m'appelle pas Citizen Kane» en référence au magnat de la

Eric Chauvin, PDG du cabinet de courtage Modératio

«Mon livre m'a permis d'asseoir ma crédibilité auprès de mes clients et de mes fournisseurs.

«Comment diminuer son endettement personnel et récupérer du pouvoir d'achat», publié en mai dernier aux éditions Gualino, est mon meilleur outil de communication. Mais je ne l'ai pas écrit pour me faire de la pub : c'est un travail beaucoup trop prenant pour que cette seule motivation fonctionne. Cet hiver, j'ai dû rogner sur chaque minute de mon temps libre pour boucler le manuscrit dans les délais. Même si j'aime écrire et que je maîtrise le sujet, il m'a fallu une forte discipline pour achever ce projet. Le jeu en valait la chandelle : je suis considéré aujourd'hui comme un expert dans la prévention du surendettement, un thème d'actualité. Par ailleurs, je renvoie discrètement sur le site de ma société, www.moderatio.fr, pour bâtir, par exemple, un tableau d'amortissement. Au final, ce livre est plus efficace que n'importe quelle plaquette commerciale.»

PHOTOS : VINCENT LIGNIER POUR MANAGEMENT - PHOTONONSTOP - DR


Exploitée intelligemment, la fantaisie est un formidable atout pour attirer l'attention.

presse du film d'Orson Welles. Sa cible : les entreprises de médias et de télécoms. Bien vu ! Le jeune diplômé de l'ISG a reçu rapidement plusieurs propositions, dont une émanant de Robert Hersant: ce dernier le propulsera administrateur de son groupe moins d'un an plus tard.

Attention, toutefois : se sentir bien armé pour exprimer ses convictions ne signifie pas qu'on doive sans cesse «la ramener». Evitez de jouer l'enquiquineur de service, qui soulève des objections à tout propos sans apporter la moindre solution : vous finiriez par agacer. Pour vous distinguer de façon habile, vous devez être une force de proposition. Autre règle élémentaire : respecter les usages en vigueur dans votre entreprise. Si la culture maison est celle de la porte ouverte, inutile de vous enfermer avec votre patron dans son bureau sous prétexte de lui exposer l'idée du siècle ! Le but n'est pas de passer pour un original, encore moins de faire cavalier seul. «Respectez les autres, vous avez tout à y gagner», insiste Pascal Chauvin, auteur de «20 clés pour mieux réussir professionnellement» (éditions Gualino). C'est parce qu'elle s'est faite le porte-parole de toute une profession qu'Anna Sam a gagné les faveurs des médias ainsi que l'estime de ses collègues. Titulaire d'un DEA de littérature, la jeune femme était caissière dans un hypermarché Leclerc de la région de Rennes lorsqu'elle a lancé son blog en 2007. L'idée ? Raconter avec humour sa vie quotidienne. Et changer le regard des clients sur ce métier difficile. Un joli buzz plus tard, elle est devenue consultante auprès de Michel-Edouard Leclerc : ce dernier vient de lui confier en personne une mission d'étude pour revaloriser le statut de ses ex-consœurs dans tous les magasins de l'enseigne.

Sortir du lot est une chose. Mais si vous ne voulez pas faire chou blanc, veillez aussi à respecter le bon timing. «Choisissez le moment opportun pour vous exprimer, avertit Jean-Louis Muller, de la Cegos. La réunion, par exemple, n'est pas l'occasion la plus propice pour donner son point de vue car il s'y instaure d'emblée des jeux de pouvoir.» En revanche, pourquoi ne pas créer une occasion qui vous permettra de vous adresser directement au boss ? Vous pouvez ainsi vous arranger pour l'aborder seul à seul dans l'ascenseur, sur le parking de l'entreprise ou encore lors d'un pot de départ. Il sera, sans nul doute, dans de meilleures dispositions que derrière son bureau. Antoine Lévêque, directeur général de l'agence Marvellous France (marketing sur les mobiles), se souvient d'un fournisseur qui le harcelait au téléphone pour obtenir un rendez-vous. «J'ai fini par lui dire que je n'avais même pas le temps de manger une pizza au déjeuner.» Son interlocuteur a saisi la balle au bond en débarquant dans son bureau à 13 heures avec une margarita. Que les deux hommes, évidemment, ont partagée en parlant business.

20%

des cadres pensent qu'ils doivent, à l'avenir, développer leur sens de l'initiative.

Sondage CSA-CFDT, septembre 2008.

Ecrire pour exister. Lorsque le contexte professionnel ne vous offre aucune occasion de briller, rien ne vous empêche de montrer vos talents à l'extérieur de l'entreprise… en vous arrangeant pour que vos chefs l'apprennent. Le coach Pascal Chauvin a ainsi décroché un job de directeur de la communication dans une société d'ingénierie grâce à l'un de ses livres. «Le PDG a été très impressionné : il avait lui-même écrit un bouquin sans jamais réussir à le faire publier», raconte-t-il. Une technique dont son frère Eric, dirigeant d'une société de crédit, s'est inspiré (lire l'encadré). La perspective de démarcher les éditeurs vous rebute ? Utilisez la force de frappe d'Internet. Suite à son succès sur le Web, le blog d'Anna Sam a été décliné en livres. Un carton. Traduit en 21 langues, le premier volume, «Les Tribulations d'une caissière», s'est écoulé à 350 000 exemplaires ! Le genre de coup qui vous propulse en tête de gondole. ■

Christine Halary